

Высокие темпы изменений во всех сферах, новые требования к работникам, трансформация процесса производственной деятельности вывели прогрессивное развитие на качественно-новый уровень функционирования.

Литература

1. Ашмарин И. Инновации в пространстве «двух культур» / Человек вчера и сегодня: междисциплинарные исследования. М.: ИФРАН, 2008. С. 153-162.

Воронина Л.И.,
г. Екатеринбург

НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

В современном обществе возрастает количество организаций, обозначивших своей целью привнесение этических принципов в практику деловых отношений. На международном уровне появляются организации, деятельностью которых является продвижение этических принципов, а также мотивация потенциальных участников. Крупнейшие из них – это Европейская организация деловой этики, Совет по устойчивому развитию бизнеса, Этическая корпорация, Всемирная бизнес - академия, Институт деловой этики (Institute of Business Ethics) в Великобритании, Международный центр корпоративной социальной ответственности при Ноттингемском университете (Великобритания). Одним из принципов и одновременно норм профессионального поведения субъектов бизнеса становится социальная ответственность. Под ним понимаются комплекс мероприятий по функционированию бизнеса, воздействие производимых продукции, товаров и услуг на здоровье граждан, а также на состояние социального климата, как в конкретной организации, так и в стране. Также

отношение к корпоративной социальной ответственности формируется и в общественном сознании потребителей.

Большинство респондентов западных стран (86%) разделяют мнение о том, что социально ответственное поведение выгодно для ведения бизнеса. 67% опрошенных считают, что наиболее процветающие компании обычно являются и наиболее социально ответственными. Рассматривая себя в роли покупателей, 64% респондентов убеждены, что они не стали бы покупать продукцию социально безответственных компаний [4]. Социальная ответственность постепенно становится принципом деятельности, определяющим стратегическое развитие организации: это подтверждение того, что нормы поведения конкретных руководителей бизнеса достигли высокого уровня. В системе ценностей рыночного общества таковой уровень поведения понимается, как умение конкретных представителей бизнеса сочетать личные интересы, связанные с получением прибыли и финансового успеха, с интересами персонала, инвесторов, акционеров и общества в целом.

Таким образом, наблюдается процесс оформления модели корпоративной социальной ответственности бизнеса. Но в общественном сознании представителей разных стран отсутствует единство в понимании важнейших элементов таковой модели. Например, нет единодушия относительно реализации корпоративной социальной ответственности как нормы профессионального поведения бизнеса, а также степени ее выражения (высокой, средней, низкой). Противоречиво отношение в мировом сообществе к степени участия государства в регулировании корпоративной социальной ответственности. Разные мнения относительно характера связей между субъектами корпоративной социальной ответственности (представителями бизнеса и стейкхолдерами или так называемыми связанными группами). Соответственно, можно предположить, что не может быть единой модели корпоративной социальной ответственности. По нашему мнению, основным фактором, влияющим на различия моделей и уровень

выражения социальной ответственности, является национальная ментальность.

В основе национальных моделей корпоративной социальной ответственности – различная степень соотношения индивидуализма и коллективизма в условиях рыночного общества (или капитализма), и, конечно же, специфические социальные практики в развитии экономики, функционировании гражданских институтов, а также способов разрешения споров и выражения индивидуальных потребностей. Индивидуализм, способы выражения и степень его доминирования, согласование интересов индивидуума с интересами своей социальной группы, а также профессионального сообщества и нации во многом определяют особенности развития рыночного общества (или капитализма). В американской концепции индивидуализма отношения между индивидуумом и организацией строятся преимущественно на расчете, основанном на хорошей осведомленности о собственных интересах. Само понятие «коллективизм» имеет негативную окраску в США, в отличие от других стран, особенно азиатских.

В американской модели корпоративной социальной ответственности четко определены действия субъектов. Инициаторы социальной активности – сами кампании. Проявление корпоративной социальной ответственности – это действия, выходящие за рамки требований американского законодательства, то есть так называемое рекомендуемое поведение. Непосредственно в законодательстве невысокий уровень закрепленных правил поведения корпораций. В основном представители бизнеса несут ответственность перед местным сообществом. Этой направленностью определяются и формы выражения социальной ответственности: в спонсировании искусства, культуры и университетского образования. Власть минимально влияет на представителей бизнеса, а именно, только регулирует экономическое поведение, используя соответствующие налоговые льготы и зачеты.

В определенной степени к американской модели корпоративной социальной ответственности близка Великобритания. Капиталистическая система, основанная на личном интересе и рыночном механизме, сформировавшаяся в Великобритании, до сих пор находится среди стран с самым высоким уровнем индивидуализма в мире. В тоже время в обществах, где уровень (или индекс) коллективизма более высокий, связь между индивидуумами и традиционными организациями построена не на расчете, а на лояльности к клану, организации или обществу. В соответствии со сложившимися социальными практиками в разных странах, именно организации и общество являются лучшими защитниками личных интересов [5, 160]. Например, во многих европейских странах законодательно установлены нормы социально-трудовых отношений: 35-часовая рабочая неделя, минимальный размер заработной платы, регулирование сверхурочной работы, формализованные правила условий труда и его охраны, тестирования медицинских препаратов.

Нормы поведения бизнеса формализованы на основе проработанного законодательства. Этическая ответственность находит выражение также в четко формализованных действиях, ожидаемых от представителей бизнеса: это перечисление в бюджеты различных уровней высоких налогов и обеспечение работодателями высокого уровня социальной защиты работников, законодательно закрепленные обязательное медицинское страхование и охрана здоровья работников, пенсионное регулирование и т.д.

Уровень государственного регулирования экономического поведения представителей бизнеса и форм выражения социальной ответственности в европейских государствах значительно превосходит североамериканскую систему по степени участия власти [3]. Заметим, что в США и Европе применяются понятия, даже противоположные по смыслу: «регулирование» и «вмешательство». Различны и направления выражения социальной ответственности: для США – это благотворительность в культуре и

университетском образовании, для Европы – решение социальных вопросов и реализация природоохранных мероприятий.

Также можно выделить российскую модель корпоративной социальной ответственности, которая во многом формируется на базе наследия социалистических предприятий, имеющих в своей структуре такие традиционно социально-направленные подразделения, как детские сады, летние лагеря и пансионаты, собственные больницы, дома культуры, клубы и т.д. В условиях экономической системы Советского Союза, социальная ответственность руководителей предприятий не рассматривалась как особый вид деятельности, заслуживающей особой благодарности работников, общества и власти. Такое поведение руководителей советских предприятий было нормой профессионального поведения, а также формой социальной активности, оформленной на идеологическом и законодательном уровнях.

Рынок как социокультурное явление внес принципиальные изменения во все сферы жизнедеятельности, включая профессиональное поведение представителей производственной сферы. В течение двадцати лет в общественном сознании мучительно формируются понятия «социальная ответственность» и «социальная справедливость». Последнее понятие связано с идеями о необходимости возвращения российскому обществу бизнесом доли ренты от использования природных ресурсов. В социальной практике это означает, что конкретные предприятия нефтегазовой, металлургической промышленности и электроэнергетики компенсируют местным сообществам использование ресурсов, которые принадлежат всему обществу, через свою социальную политику. По нашему мнению, в российской модели корпоративной социальной ответственности есть много общего с европейской моделью: по направлениям выражения социальной ответственности, формализации отношений субъектов (в российском законодательстве), регулированию взаимоотношений субъектов социальной ответственности российскими органами власти. Разным для России и Европы является степень такового регулирования.

Для российских властей в течение продолжительного времени более характерным было вмешательство в экономику и соответственно принуждение представителей бизнеса к конкретным нормам поведения. В российском обществе окончательно не сформировалось мнение относительно модели социальной ответственности и соответственно характера взаимодействия бизнеса и власти в социальной сфере. По результатам опроса руководителей предприятий с целью оценки роли отечественного бизнеса в решении общественно значимых проблем выяснилось, что лишь половина опрошенных считают, что необходимы партнерские отношения власти и бизнеса в установлении направлений и приоритетов в социальной политике [2]. Социальные отчеты, отвечающие требованиям международных стандартов, подготовили только 62% компаний за последние четыре года [1,24]. С трудом, но усиливается роль профессиональных сообществ, пытающихся влиять на профессиональное поведение представителей бизнес-сообщества. Таким образом, корпоративная социальная ответственность бизнеса в России постепенно оформляется в модель. Но наполнение содержанием ее элементов и связи между ними, конечно же, отражают специфику национального менталитета, которую нельзя игнорировать.

Литература

1. Благоев, Ю.Е., Иванова. Е.А. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский журнал менеджмента. - 2009.- Том 7, № 1. - с. 24.
2. Козырева, Г. Б. Социальная ответственность бизнеса в формате концепции устойчивого развития // <http://www.rusrand.ru/Dokladi2/Kozireva.pdf>
3. Складар, Н.Г., Зверкович, И.О. Исследование моделей корпоративной социальной ответственности, используемых в мировой практике // Вестник Брянского государственного технического университета. - 2006. - № 4 (12)

4. Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада: Исследование // Общероссийская общественная организация. Комитет по управлению социальной ответственности бизнеса. – Москва. - 2004 г. http://www.amb.su/content/menu/5_conference/v_conf_material.doc
5. Хофштеде, Г. Мотивация, лидерство и организация: применимы ли американские теории в других странах // Вестник СПбГУ. – 2006. - Сер.8, вып. 4. - с. 160.

Захаров В.Г.,
г. Тюмень

РОССИЙСКАЯ РЕКЛАМА И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Один из корифеев российской рекламы О.А. Феофанов, более 10 лет тому назад написал строки, все еще остающиеся актуальными для нашей страны: «То прыжками, то ползком, то зигзагами мы движемся к цивилизованному рынку. Сформировать его сегодня невозможно без развитой рекламы. Она порождается рынком и сама является инструментом его формирования. Если хотите – ее состояние отражает наши темпы движения к рынку. Она является огромной составной частью нашей новой, пока еще хромающей экономики, индикатором нашего движения по пути реформ» [7; 17].

Как известно, проблема модернизации российской экономики не просто назрела, она перезрела. Основные факторы, сдерживающие модернизацию – это системная коррупция, срастание власти и бизнеса, низкий уровень экономической свободы и конкуренции, разрушение многих инновационных отраслей экономики, несформированность ряда важных экономических и социальных институтов общества, падение уровня образования, развращение российской экономики нефтяными доходами и некоторые другие.